

## لیست کامل نمایشگاه‌های مهم آلمان در ۲۰۲۶

فهرست زیر شامل رویدادهای بزرگ بین‌المللی صنعتی، تجاری، کشاورزی، بسته‌بندی و حمل‌ونقل است

(اطلاعات تا زمان انتشار و امکان تغییر دارد)

نام نمایشگاه	حوزه	تاریخ برگزاری	شهر	سایت رسمی
International Green Week	کشاورزی، غذا	16–25 Jan 2026	Berlin	<a href="https://www.gruenewoche.de/">https://www.gruenewoche.de/</a>
FRUIT LOGISTICA	محصولات کشاورزی و تازه	4–6 Feb 2026	Berlin	<a href="https://www.fruitlogistica.com/en">https://www.fruitlogistica.com/en</a>
Ambiente	کالاهای مصرفی، سبک زندگی	6–10 Feb 2026	Frankfurt	<a href="https://ambiente.messefrankfurt.com/">https://ambiente.messefrankfurt.com/</a>
ISM & ProSweets Cologne	شیرینی، تنقلات	1–4 Feb 2026	Cologne	<a href="https://www.koelnmesse.com/">https://www.koelnmesse.com/</a>
LogiMAT	لجستیک و زنجیره تأمین	24–26 Mar 2026	Stuttgart	<a href="https://www.logimat-messe.de/">https://www.logimat-messe.de/</a>
Light + Building	تکنولوژی روشنایی و ساختمان	8–13 Mar 2026	Frankfurt	<a href="https://light-building.com/">https://light-building.com/</a>
ITB Berlin	گردشگری و سفر	3–5	Berlin	<a href="https://www.itb-berlin.com/">https://www.itb-berlin.com/</a>

		Mar 2026		
<b>HANNOVER MESSE</b>	صنایع و فناوری صنعتی	20–24 Apr 2026	Hanover	<a href="https://www.hannovermesse.de/en/">https://www.hannovermesse.de/en/</a>
<b>IFAT</b>	فناوری زیست محیطی، آب و پسماند	4–7 May 2026	Munich	<a href="https://www.ifat.de/en/">https://www.ifat.de/en/</a>
<b>Interpack</b>	بسته بندی و فرآوری	7–13 May 2026	Düsseldorf	<a href="https://www.interpack.com/">https://www.interpack.com/</a>
<b>Interzoo</b>	صنعت حیوانات خانگی	12–15 May 2026	Nuremberg	<a href="https://www.interzoo.com/">https://www.interzoo.com/</a>
<b>ILA Berlin</b>	هوافضا	10–14 Jun 2026	Berlin	<a href="https://www.ila-berlin.de/">https://www.ila-berlin.de/</a>
<b>spoga+gafa</b>	باغبانی و فضای باز	22–24 Jun 2026	Cologne	<a href="https://www.spogagafa.de/">https://www.spogagafa.de/</a>
<b>EUROBIKE</b>	دوچرخه و حمل و نقل سبز	24–28 Jun 2026	Frankfurt	<a href="https://www.eurobike.com/">https://www.eurobike.com/</a>
<b>Automechanika</b>	خدمات و قطعات خودرو	8–12 Sep 2026	Frankfurt	<a href="https://www.automechanika.com/">https://www.automechanika.com/</a>
<b>IAA Transportation</b>	حمل و نقل تجاری	15–20 Sep 2026	Hanover	<a href="https://www.iaa-transportation.com/en/">https://www.iaa-transportation.com/en/</a>

InnoTrans	راه آهن و حمل و نقل ریلی	22–25 Sep 2026	Berlin	<a href="https://www.innotrans.de/">https://www.innotrans.de/</a>
electronica	الکترونیک صنعتی	10–13 Nov 2026	Munich	<a href="https://electronica.de/en/">https://electronica.de/en/</a>
MEDICA	تجهیزات پزشکی	16–19 Nov 2026	Düsseldorf	<a href="https://www.medica-tradefair.com/">https://www.medica-tradefair.com/</a>

## نکات قابل تامل:

1. برخی نمایشگاه‌ها نظیر **Agritechnica** در سال ۲۰۲۶ برگزار نمی‌شوند و دوره بعدی آن در ۲۰۲۷ است

(کشاورزی – تجهیزات سنگین)؛ اما کنار رویدادهای بالا قرار دارد.

2. برای هر نمایشگاه معمولاً دو صفحه اصلی مهم وجود دارد:

الف) صفحه بازدیدکنندگان (Visitor)

اطلاعات بلیط، هتل، برنامه نمایشگاه.

ب) صفحه ثبت نام غرفه‌داران (Exhibitor/Participate)

اطلاعات غرفه‌ها، هزینه، قرارداد مشارکت.

3. اقدامات مکمل برای حضور موفق

■ قبل از نمایشگاه (Preparation)

1. بررسی بازار و تعیین هدف حضور

- تحلیل رقبای خارجی در نمایشگاه‌های مشابه سال قبل.
- تعیین هدف KPI فروش، قرارداد B2B، جذب نمایندگان.
- 2. ثبت نام زودهنگام
  - درخواست غرفه و رزرو فضای مناسب تا حداقل ۹-۱۲ ماه قبل.
  - انتخاب جایگاه با بهترین دید و مسیر تردد.
- 3. برنامه‌ریزی بودجه
  - هزینه غرفه، ساخت سازه، حمل و نقل، پذیرایی، تبلیغات.
- 4. طراحی غرفه حرفه‌ای
  - استفاده از پیام برند شفاف، نمایش محصولات نمونه، QR لینک‌ها.
  - تاکید بر پیام‌های کلیدی مزیت رقابتی.
- 5. آموزش تیم
  - سناریوهای گفتگو با بازدیدکنندگان، جمع‌آوری لید، مدیریت CRM
- 6. پیش‌تماس با مشتریان بالقوه
  - ارسال ایمیل یا لینک دعوت رسمی برای ملاقات در نمایشگاه.

■ **حین نمایشگاه (Execution)**

- 1. استقبال حرفه‌ای
  - تیم پاسخ‌گو، لباس فرم/کارت معرفی، برنامه‌زمان‌بندی جلسات.
- 2. جمع‌آوری داده

- فرم‌های دیجیتالی، QRلید، اسکن کارت ویزیت.

3. رویدادهای جانبی

- شرکت در سمینارها و ورکشاپ‌ها برای دیده‌شدن و شبکه‌سازی.

4. جلسات B2B

- رزرو اتاق مذاکره، طرح جدول جلسات با مشتریان هدف.

5. فعالیت رسانه‌ای

- انتشار محتوا (عکس، ویدئو، لایو) در شبکه‌ها.

■ بعد از نمایشگاه (Follow-up)

1. تحلیل بازخورد

- بررسی داده‌های جمع‌آوری شده، ایده‌ها، نیازهای بازار.

2. پیگیری سریع

- ارسال ایمیل تشکر و پیشنهاد همکاری تا ۴۸ ساعت پس از نمایشگاه.

3. ارزیابی عملکرد

- مقایسه KPI پیش‌بینی با نتایج واقعی.

4. برنامه‌ریزی مشارکت بعدی

- بررسی تجربه غرفه‌داری، قراردادهای بسته‌شده و بهینه‌سازی برای سال بعد.

4. نکات مهم برای حضور موفق

✓زبان :ارائه محتوا و افراد تیم به انگلیسی و (در صورت امکان) آلمانی

✓ویزای تجاری :درخواست توصیه نامه از برگزارکننده برای ویزا

✓تبلیغات محلی :پوستر، بنر در شهرهای میزبان جهت جلب توجه بازدیدکنندگان محلی

✓لجستیک :بیمه کالا، حمل و نقل سریع، انبار غرفه

✓قانون گذاری :الزامات استاندارد اتحادیه اروپا برای کالاهای وارداتی

تهیه و تنظیم

سماء فرخنده نژاد

بهمن 1404